

Initial-Workshop

Customer Journey - Wie wir den Kunden zum Kauf führen

<p>Inhalt und Nutzen</p> <p>Globale Entwicklungen, zuvorderst die Digitalisierung und Social Media, haben dazu geführt, dass Kunden besser informiert, anspruchsvoller und letztendlich weniger treu sind. Kunden informieren sich anders und interagieren anders mit Unternehmen als früher. Der Kaufentscheidungsprozess - die Customer Journey - hat sich dramatisch verändert, die Kanalexpllosion der letzten Jahre kann zu Effizienzverlusten bei den Werbetreibenden führen. Ziel dieses Workshops ist es daher, Ihre Medien und Touchpoints zielgruppengerecht entlang des Kaufentscheidungsprozesses Ihrer Kunden zu optimieren.</p> <p>Unser Ansatz: Die Customer Journey ist die Reise des Kunden von der Entscheidung A zur Entscheidung B, die der Anbieter als Mentor begleitet. Letztlich geht es also um Entscheidungen des Kunden. Er ist der Held, nicht die Marke. Wir als Anbieter können Informationen und Entscheidungshilfen anbieten. Es geht darum, markengerecht präsent an den richtigen Stellen zu sein.</p>	
<p>Nach dem Workshop haben Sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein besseres Verständnis zum Konzept Customer Journey • Optimierungsansätze einer typischen Kundenkontaktkette • methodischen Input für die weitere Arbeit mit dem Modell Customer Journey • eine Visualisierung des Kundenkaufprozesses für eine Persona • eine Workshop-Dokumentation und Empfehlungen zum weiteren Vorgehen 	
<p>Zielgruppe</p> <p>Der Workshop richtet sich an Inhaber, Geschäftsführer, Marketingleiter, Marken- und Kommunikationsfachleute oder Produktmanager.</p>	
<p>Mögliche Themen im Überblick</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie verläuft die Customer Journey für bestimmte Personas? • Was sind aus Sicht der Kernzielgruppe die relevantesten Kontaktpunkte mit der Marke und wo sollten wir für unser Thema außerdem präsent sein? Welche davon sind Schlüsselkontaktpunkte; d.h. psychologische Entscheidungspunkte für oder gegen den Kauf? • Welche Filter und Brüche finden wir im Kaufprozess vor? • Bei welchen Schlüsselkontaktpunkten ist eine gezielte Optimierung hinsichtlich Marke oder Kaufführung erforderlich? • Wie gestalten wir die richtigen Informationen und Abkürzungen zum POS für die Interessenten unserer Produktkategorie? 	
<p>Unsere Methodik</p> <p>Unser Workshop bietet eine ausgewogene Mischung aus Vortrag, Best-Practise-Beispielen, Methodeninput für Interaktion sowie moderiertem Erfahrungsaustausch. Für Schlüsselkontaktpunkte führen wir eine Touchpointanalyse durch. Eine Customer-Journey-Map hilft bei der Darstellung des Kundenkaufprozesses.</p>	
<p>Ihre Investition</p> <p>1960 EUR zzgl. MwSt.</p>	
<p>Termine ab Mai 2017</p>	<p>in Leipzig, Dresden, Erfurt</p>
<p>Teilnehmer</p> <p>2 Diemar Jung Zapfe 3 Auftraggeber weitere Teilnehmer nach Anfrage</p>	<p>Dauer</p> <p>1 Tag (ca. 6 Stunden) optional: Ergebnispräsentation bei Folgetermin (ca. 2 Stunden)</p>
<p>Kontakt</p> <p>Frank Jung Telefon 0361 301920 workshop@diemar-jung-zapfe.de</p>	